



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG

**IMPLEMENTASI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA
PEDRO INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Catherine
NIM : 00000019539
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2020

PENGESAHAN LAPORAN MAGANG
IMPLEMENTASI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA
PEDRO INDONESIA

Oleh

Nama : Catherine
NIM : 00000019539
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Tangerang, 30 Oktober 2020

Pembimbing



(Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.)

Penguji



(Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP)

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG

Dengan ini saya:

Nama : Catherine
NIM : 00000019539
Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melakukan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang
Departement : *Marketing* Pedro
Alamat : Jalan Buntu No. 40, RT.09/RW.10 Grogol Selatan
Kebayoran Lama RT.6, RT.6/RW.10, Grogol
Sel., Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12220
Pembimbing Lapangan : Sarah Angela

Laporan praktik kerja magang ini merupakan hasil karya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya dan juga saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti melakukan kecurangan atau penyimpangan dalam pelaksanaan kerja magang, maka saya bersedia menerima sanksi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah *Internship* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 06 Oktober 2020

Catherine

ABSTRAK

PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang adalah perusahaan ritel yang bergerak di bidang *fashion* yang menaungi *brand* Charles & Keith, Pedro, dan Emporio Armani 7. Perjalanan PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang dimulai sejak 1998 yang ditandai dengan membuka toko internasional Charles & Keith di Indonesia yang terus bertumbuh dan membuka toko Pedro pertama pada tahun 2006 yang kemudian diikuti dengan pembukaan toko pertama Emporio Armani 7 di Asia Tenggara pertama di Indonesia pada tahun 2019. Hingga tahun 2020 PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang mengelola 47 toko Charles and Keith, 27 toko Pedro, dan 2 toko Emporio Armani 7 yang tersebar di mall-mall Indonesia. Dalam memasarkan produk tentu sebuah *brand* menggunakan berbagai strategi untuk menjangkau konsumen salah satunya adalah strategi *Above the Line* (ATL), *Through the Line* (TTL), dan *Below the Line* (BTL) yang dalam hal ini ketiga *brand* yang dinaungi oleh PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang juga menggunakan kombinasi ketiga strategi ini dalam menjangkau konsumen. Beberapa implementasi strategi ATL, TTL, dan BTL tersebut terlihat dalam penyebaran *press release* yang merupakan implementasi strategi *Above the Line* (ATL), partisipasi *sponsorship event* dan *fashion seeding* yang merupakan implementasi strategi *Below the Line* (BTL), dan penggunaan *social media* dan publikasi melalui 27 akun *social media* mall outlet Pedro yang merupakan implementasi dari strategi *Through the Line* (TTL).

Kata kunci: *Social Media, Engagement*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan penyertaannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan praktik kerja magang sesuai dengan waktu yang ditargetkan penulis. Laporan ini berisikan pekerjaan yang penulis lakukan, kendala yang dihadapi penulis, dan solusi atas kendala yang dihadapi selama kerja magang di PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang sebagai *Marketing Intern* di divisi Marketing Pedro selama 62 hari. Melalui kerja magang yang dilakukan penulis menyadari pentingnya komunikasi dengan tim internal dan pihak eksternal yang terlibat serta interaksi dengan konsumen juga penting agar konsumen loyal dan merasa terhubung.

Penulis sangat bersyukur atas kesempatan yang diperoleh untuk ikut terlibat secara langsung dalam kegiatan *marketing* Pedro. Penulis juga berharap pengalaman kerja magang ini dapat menjadi bekal penulis ketika memasuki dunia kerja nanti. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang mendukung, membimbing, dan membantu penulis hingga laporan kerja magang ini dapat selesai:

1. Ibu Sarah Angela selaku *Head of Department* Pedro dan pembimbing lapangan, Ibu Olivia Pamela selaku *Senior Marketing Communication Supervisor* Pedro, dan Ibu Crysta Camilla selaku *Promotion & Graphic Design* Pedro yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan bagi penulis untuk terlibat langsung dalam kegiatan *marketing* Pedro.
2. Ibu Ita Yulianti, Ibu Melissa Gunawan, dan Ibu Ravensca Rintiarnadari divisi *Marketing Charles & Keith* yang juga memberikan banyak pembelajaran dan kesempatan untuk menambah pengalaman penulis.
3. Ibu Tanti Sukowati selaku *Recruitment Supervisor* yang menempatkan penulis di divisi *marketing* Pedro
4. Seluruh *staff* PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang yang bekerja sama dengan penulis dalam menyelesaikan tugas kerja magang penulis.
5. Ibu Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing magang dari penulis yang terus memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan laporan praktik kerja magang.

6. Devina Glory yang secara khusus membantu penulis untuk mendapatkan kesempatan kerja magang di PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang.
7. Rekan magang penulis yaitu Friska, Sheryn, Devina, Fitria, dan Ogi sebagai teman seperjuangan penulis selama kerja magang.
8. Keluarga penulis yang terus memberikan dukungan dan nasihat yang terus membangun penulis.
9. Teman-teman penulis yang juga sedang berjuang menuntaskan studi yaitu Evita Yunita, Evira Yunita, Devina Glory, Amelia Pradita Eka, Vallencia Hermawan, Stacia Andani, Milianda Metta, Marita Gita, Sherly Wijaya, dan Moelly Chintia.

Di akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu penulis untuk menyelesaikan laporan kerja magang ini. Penulis juga menyadari bahwa laporan kerja magang ini masih banyak kekurangan dan ruang untuk perbaikan sehingga penulis sangat terbuka untuk kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap laporan ini dapat menjadi manfaat yang baik bagi semua pembaca.

Tangerang, 06 Oktober 2020

Catherine

DAFTAR ISI

HALAMAN AWAL	i
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG.....	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang	4
1.3.2 Prosedur Kerja Magang	5
1.4 Sistematika Penulisan Laporan	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.2 Logo Perusahaan	8
2.3 Visi dan Misi Perusahaan	9
2.4 <i>Value</i> Perusahaan	9
2.5 Struktur Organisasi.....	10
2.6 Landasan Teori	10
2.6.1 <i>Marketing</i>	10
2.6.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	11
2.6.3 <i>Marketing Mix</i>	11
2.6.4 <i>Promotion Mix</i>	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	17
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	17
3.1.1 Kedudukan	17
3.1.2 Koordinasi.....	18
3.2 Tugas yang dilakukan.....	19
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	23
3.3.1 Proses Pelaksanaan dan Implementasi Kerja Magang.....	23

3.4 Kendala yang ditemukan	32
3.5 Solusi atas kendala yang ditemukan.....	32
BAB IV KESIMPULAN	33
4.1 Kesimpulan.....	33
4.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDB 7 Negara (2016)	2
Gambar 1.2 Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor 2016	3
Gambar 2.1 KCG Milestone	7
Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang	8
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang	10
Gambar 2.4 <i>Marketing Mix</i>	12
Gambar 2.5 Promotional Mix	13
Gambar 2.6 ATL, TTL, dan BTL	15
Gambar 3.1 Struktur Divisi <i>Marketing</i> Pedro	16
Gambar 3.2 Jalur Koordinasi Penulis	17
Gambar 3.3 Percakapan Koordinasi Penulis	18
Gambar 3.4 Proses Rekap <i>Social Media Monitoring</i>	23
Gambar 3.5 <i>Social Media Monitoring Daily Report</i>	23
Gambar 3.6 <i>Weekly Instore Traffic Counter Report</i>	24
Gambar 3.8 Input dan Validasi Data Vendor	24
Gambar 3.7 Pembuatan <i>form Purchase Order</i>	25
Gambar 3.9 Rate Card Media Contact	26
Gambar 3.10 <i>Media Press Release Report</i>	26
Gambar 3.11 Koordinasi dengan vendor dan <i>staff outlet</i>	27
Gambar 3.12 <i>Agency Contact</i>	28
Gambar 3.13 Rekap <i>Data Audience KOL</i>	28
Gambar 3.14 <i>Form Non-marchandise Delivery</i>	29

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Pekerjaan Penulis Selama Praktik Kerja Magang.....	18
---	----